

Квалификация профессионала ценится выше, его услуги оплачиваются дороже, и при этом они еще и более востребованы, чем подобные же услуги никому не известного «середнячка». Поэтому личный бренд нужен там, где соблюдается хотя бы одно из двух условий – высокая конкуренция либо значительная разница в оплате работы известного и неизвестного специалиста.

Проведенные исследования показали, что на сегодня исследований, посвященных вопросам стоимостной оценки личного бренда специалиста, нет. Вследствие этого мы предлагаем следующую методику.

Мы предлагаем использовать сравнительный способ. Для этого берем стоимость работ, услуг известного специалиста, затем берем аналог, но уже неизвестного специалиста, вычисляем разницу. Именно эта разница и является ценой личного бренда.

По нашему мнению, хороший личный бренд также увеличивает стоимость компании, в которой работает специалист, генерирует ей охваты, связи, приносит добавленную ценность.

Личный бренд аналогичен бренду товара, однако есть существенный недостаток – личный бренд умирает, когда умирает человек, а бренд товара может жить долго. Так, например, Стив Джобс умер, а созданный им бренд «Apple» успешно продолжает существовать. Связано это с тем, что личный бренд принадлежит только его владельцу, а бренд товара легко можно продать, нанять новых директоров, и он и дальше будет существовать.

Сегодня «Self-PR» является достаточно новым инструментом развития бизнеса, так как даже небольшой бизнес может быть замечен благодаря его создателю. Создание личного бренда является сложным процессом, который схож с разработкой бренда компании за счет использования одинаковых инструментов. Личный бренд специалиста применим и на рабочем месте, где его опыт и квалификация найдут широкое применение.

В целом по результатам исследования можно отметить, что личный бренд в первую очередь помогает развивать и применять свою уникальность, способствует повышению стоимости специалиста на соответствующем рынке труда. При этом необходимо отметить, что совокупность личных брендов специалистов оказывает непосредственное влияние и на стоимость компании, в которой они работают.

#### **Список литературы:**

1. Бренд в современной культуре: монография / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Магистр, 2015. – 200 с.
2. Теория менеджмента: учебник для вузов/ под ред. А.М. Лялина. – СПб.: Питер, 2010. – 464 с.
3. Хохлова, Д. Личный бренд – кому он нужен и как его построить [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/personal-brand> –Дата доступа: 06.12.2019.

**УДК 657**

### **ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ**

**Захаренко О. М.**

**Витебский государственный технологический университет, г. Витебск**

**Научный руководитель: Коваленко Ж. А., ст. преподаватель**

Одним из основных компонентов системы бухгалтерского учета является бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками. Помимо этого, он является трудоемким и сложным участком учетной работы бухгалтерии каждого субъекта хозяйствования из-за большого разнообразия форм расчетов, частой периодичности данных операций, большого количества контрагентов организации, нестабильного их состава и т. д. В современных условиях хозяйствования особенно актуальна проблема совершенствования учета расчетов с покупателями и заказчиками. Оборот хозяйственных средств напрямую оказывает воздействие на деятельности коммерческой организации. Следовательно, от качества расчётов с покупателями и заказчиками зависит не только эффективность производственно-хозяйственной деятельности организации, но и ее финансовая устойчивость.

Дебиторская задолженность весьма существенно влияет на финансовое положение организации, использование денежных средств в обороте, величину прибыли, фактически полученной в отчетном периоде.

Контроль над состоянием долговых обязательств организации – необходимое условие ее успешной деятельности. Особенно это важно для коммерческих организаций. В основе их финансовой деятельности – постоянный кругооборот денежных оборотных средств, авансированных для производства и реализации продукции, товаров, услуг. В каждом хозяйственном цикле эти средства должны возобновляться, то есть возвращаться организации, как правило, с прибылью. Дебиторская задолженность покупателей и заказчиков является одним из основных источников формирования финансовых потоков платежей организации и признается ликвидным активом, если есть уверенность в том, что долговые обязательства будут погашены полностью и своевременно.

Одним из направлений совершенствования организации бухгалтерского учета расчетов с покупателями и заказчиками объекта исследования является детализация счёта 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками», которая позволит получать более подробную информацию о контрагентах исследуемой организации: на основе каких договоров производилась отгрузка продукции, проследить своевременность отгрузки и оплаты продукции. Предлагаемая структура построения счёта 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» для исследуемой организации приведена в таблице 1.

*Таблица 1 – Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»*

Код	Наименование	Субконто 1	Субконто 2	Субконто 3	Субконто 4
1	2	3	4	5	6
62	Расчеты с покупателями и заказчиками	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.1	Расчеты с покупателями и заказчиками	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.1.1	Расчеты с покупателями и заказчиками в рублях	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.1.2	Расчеты с покупателями и заказчиками в валюте	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.2	Авансы полученные	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.2.1	Авансы, полученные в рублях	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.2.2	Авансы, полученные в валюте	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.3	Векселя полученные	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	
62.3.1	Векселя, полученные в рублях	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	
62.3.3	Векселя, полученные в валюте	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	
62.4	Расчеты по возвратам денег покупателям и заказчикам	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.4.1	Расчеты по возвратам денег покупателям и заказчикам в рублях	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.4.2	Расчеты по возвратам денег покупателям и заказчикам в валюте	Контрагенты	Договор	Отгрузка и оплата ТМЦ	Номенклатурная группа
62.5	Расчеты по плановым платежам	Контрагенты	Договор		
62.5.1	Расчеты по плановым платежам в рублях	Контрагенты	Договор		
62.5.2	Расчеты по плановым платежам в валюте	Контрагенты	Договор		

Составлено автором

Еще одним значимым направлением является соблюдение сроков образования дебиторской задолженности за дебиторской задолженностью и своевременности ее погашения.

Поэтому с целью текущего контроля был разработан документ, который позволит своевременно выявлять просроченную задолженность (таблица 2).

*Таблица 2 – Реестр сроков образования дебиторской задолженности*

Наименование покупателя	Номер и дата документа отгрузки	Окончательный расчёт согласно договору (контракту)	Крайний срок поступление выручки
ТРЦ «Орбита»	ТТН № 0345172 от 16.09.2019	60 календарных дней с момента получения товара	15.12.2019

Составлено автором

Данный реестр будет способствовать отслеживанию динамики дебиторской задолженности и обеспечивать контроль за своевременным поступлением денежных средств от покупателей и заказчиков за отгруженную им ранее продукцию.

При этом для повышения качества и оперативности проверки своевременности оплаты покупателями и заказчиками за отгруженную им продукцию и начисления штрафных санкций разработана вспомогательная ведомость (таблица 3).

*Таблица 3 – Ведомость проверки своевременности оплаты за отгруженную продукцию*

Наименование покупателя	Наименование продукции	Сроки оплаты по договору	Сроки фактической оплаты	Кол-во дней до наступления оплаты	Кол-во дней сверх установленного срока	Штрафные санкции
ТРЦ Орбита	Изделие А	60 календарных дней	84 календарных дней	--	14 календарных дней	14*ставка рефинансирования
.....						.....
Итого						25000

Составлено автором

Таким образом, правильная организация учета и контроль над состоянием расчетных операций, их документальное оформление, своевременное их отражение на счетах бухгалтерского учета обеспечивают устойчивость оборачиваемости средств организации, укрепление в ней договорной и расчетной дисциплины, а также улучшение ее финансового состояния.

#### **Список литературы:**

1. О бухгалтерском учете и отчетности: закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З
2. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь № 66 от 27.04.2011 об утверждении Инструкции о банковском переводе.
3. Абашенкова, А.В. Основные направления оптимизации учета и анализа дебиторской задолженности / А.М. Демина // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – No 4-3. – С. 501-502; [Электронный ресурс] / URL: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=13223> –Дата доступа: 06.12.2019.
4. Бабаев, Ю.А. Петрова А.М. Бухгалтерский учет и контроль дебиторской и кредиторской задолженности: Учебно-практическое пособие [текст]/ А.М. Петрова – М.: ТК Велби, 2015.
5. Брунгильд, С. Управление дебиторской задолженностью. [текст] - М.: АСТ, 2015.
6. Дурнева, Е.В. Учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками на примере ООО «Новокуйбышевская сантехническая компания» // Молодой ученый. — 2015.
7. Кобелева, С.В. Дебиторская задолженность: возникновение, анализ и управление [текст] / О.Ю. Кононова // Экономика и экономические науки. –2015.– No 2.